



## 21 वी सदी मीडिया, बाजार विज्ञापन और फिल्मी दुनिया समाचार के आईने में युवा भारतीय किसान

लता शिवाजी कराडे

शोध-छात्र, यशवंतराव चव्हाण महाविद्यालय, करमाला.

प्रो.डॉ. अनिल सालुंखे

अध्यक्ष हिंदी विभाग, यशवंतराव चव्हाण महाविद्यालय, करमाला.

### सारांश

धरती और किसान का अटूट रिश्ता है, वह अपनी जमीन से सर्वाधिक लगाव रखता वही उसका सब कुछ है। दरअसल कृषक समाजों के लिए कृषि कोई धंधा नहीं बल्कि उनकी जीवन शैली है। किसान के लिए खेती कोई व्यापार-व्यवसाय भी नहीं है, बल्कि यह तो उसकी रोजमर्रा की जिन्दगी का एक बड़ा हिस्सा है, किसान अपने खेतों से सर्वाधिक लगाव रखता है और वह किसी भी कीमत पर अपने खेत छोड़ने को तैयार नहीं होता। लाख प्रलोभन भी उसे नहीं डिगा पाते, किसान के लिए उसका खेत ही सब कुछ होता है, सब कुछ खोकर भी वह “किसान” बना रहना चाहता है। वह दो बीघे की जायदाद का मालिक कहलाना ज्यादा पसंद करता है और जब-जब उसकी इस धरोहर को छीनने की कोशिश की गई है, तब-तब उसने उग्र रूप धारण किया है और आंदोलन के रास्ते पर उठ खड़ा हुआ है। प्रमाण स्वरूप अंग्रेजों के विरुद्ध हुए किसानों के आंदोलन देखे जा सकते हैं। हिन्दी साहित्य की विभिन्न विधाओं किसान जीवन की विधिक छवियों का प्रमाणिक अंकन समय-समय पर हुआ है। प्रेमचंद ने अपने रचनाओं माध्यम से किसान को साहित्य में एक मुकम्मल जगह प्रदान की। उन्होने किसान जीवन को बहुत करीब से देखा और फिर उसको अपने लेखन का केन्द्र बनाया। प्रेमचंद के पश्चात् ग्रामीण जीवन पर बहुत लेखकों ने उपन्यास और कहानियां लिखी जो उल्लेखनीय रही हैं। साथ ही हिन्दी कविता में भी किसान जीवन की विविध छवियां अंकित हैं। लेकिन इधर के वर्षों में परिस्थितियां बदली हैं। 21वीं सदी की विभिन्न चुनौतियों ने किसानों के समक्ष बहुत सारे सवाल खड़े कर दिए। वैश्वीकरण और भू-मण्डलीयकरण के प्रभाव ने अन्नदाताओं को आत्महत्या के लिए मजबूर कर दिया। बढ़ते पूंजीवादी प्रभाव ने किसान जीवन को हाशिए पर धकेल दिया है। लेखन की दुनिया में भी आज किसान धीरे-धीरे गायब होता जा रहा है। ऐसे भीषण समय में प्रेमचंद आज भी हमारे लिए प्रासंगिक और समकालीन है क्योंकि न किसानों और जमीन की समस्या हल हुई है न भूमिहीन मजदूरों को श्रम शोषण से मुक्ति मिली है, बल्कि उसमें स्त्रियों, दलितों, आदिवासियों और अल्प संख्यकों के नये



आयाम और जुड़ गए। पेरमचंद की संवेदना, सरोकार और दृष्टि ही उनकी परम्परा है। जिसे हम आज जल, जमीन और जंगल के असमान वितरण के संघर्ष के रूप में देख रहे हैं।

### प्रस्तावना

बढ़ता औद्योगिकरण आज खेती किसानों को निगलने के लिए तैयार है। किसानों की जमीनें उद्योगों के नाम पर जबरदस्ती सरकार द्वारा अधिग्रहित की जा रही हैं। किसानों की भूमि उद्योगपतियों को कौड़ियों के दाम पर दी जा रही है, कर्ज से दबकर किसान आत्महत्या को मजबूर हो रहे हैं। खाद-बीज, कीटनाशकों पर निर्भरता और तकनीकी एकाधिकार के फॉक्स में किसान को गुलाम बनाने का कुचक्र लगातर जारी है। बीज पर बड़े-बड़े पूंजीपतियों का एकाधिकार हो चुका है। परम्परागत बीज उजाड़ दिये गए हैं। हाईब्रीड बीज बेचने वाले ही उसे बनाने वाले हैं। अब किसान फसलों से बीज नहीं तैयार कर सकते, पूंजीपतियों द्वारा तैयार बीजों के लिए अत्यधिक कीटनाशक, पानी और रासायनिक खाद चाहिए, ऐसे में अन्नदाता दूसरों की मर्जी पर खेती किसानों को विवश है। यह एक कुर समय है, जहां किसानों को लगातर हाशिए पर धकेलने की कोशिशें जारी हैं। साहित्य, कला फिल्म सब जगह से उनकी उपस्थिति लगभग गायब होती जा रही हैं ऐसे में किसानों पर बात करना और भी समीचीन हो जाता है।

युवा शक्ति किसी भी देश या प्रदेश की सबसे अनमोल पूँजी होती है युवाओं में जोश एवं उत्साह का भण्डार रहता है। युवाशक्ति का बेहतर उपयोग कर ही कोई भी प्रदेश व देश प्रगति के शिखरों को छू सकता है।

### महत्व

सड़क, बिजली, पानी, चिकित्सा जैसी विभिन्न सुविधाओं पर या अद्योसंरचना के विकास पर किया जाने वाला निवेश बहुत जरूरी है। लेकिन प्रदेश की अगली पीढ़ी के निर्माण पर समुचित निवेश उससे भी ज्यादा जरूरी है। युवा ही किसी परिवार या समाज, प्रदेश या देश के सुखद भविष्य की बुनियाद होते हैं। युवावस्था की सही देखभाल उन्हें व्यक्तित्व विकास की सही शिक्षा-दीक्षा उनके स्वालंबन की उचित योजनाएं बनाकर उनकी ऊर्जा का उपयोग सही दिशा में कर सकते हैं।

### उद्देश्य

- (1) समाज, राजनीतिक और समाजिक हित में किसानों की उपेक्षा, उपस्थिति और दुर्दशा पर बहस कर उन्हें केन्द्र में स्थापित करने की कोशिश करना।
- (2) सर्व प्रथम मीडिया का उद्देश्य जन जागरण हो।
- (3) आज के प्रतियोगी समाज में युवाओं के लिए कारगर सिद्ध हों।
- (4) रोजगार संबंधी एवं समाजिक कुरीतियों संबंधी जानकारियां देना आवश्यक हो।
- (5) शासन संबंधी नकारात्मक क्रियाकलापों को लोगों के सामने लाना।

### उपकल्पना

- (1) मीडिया हमारे जीवन में सकारात्मक सोच लाये व अपनी सार्थकता सिद्ध करें।
- (2) आज की युवा वर्ग की सोच को सबके सामने लाये।

- (3) सरकार के क्रियाकलापों की जानकारियां हम तक पहुंचायें।
- (4) आज भी हम पर हावी सामाजिक कुरीतियों को हटाने में हमारी मदद करें।

### अध्ययन पद्धति

प्रस्तुत अध्ययन हेतु द्वैतीयक आंकड़ों का संकलन किया गया है।

### संचार के कार्य

- (1) जब हमें किसी को कोई जानकारी, सूचना देनी हो या हमें किसी से कोई जानकारी लेनी हो (जैसे- टी. वी. पर बातचीत करना, समाचार सुनना या देखना आदि)।
  - (2) जब हमें विचारों या भावों, मतों, अवधारणाओं को दूसरों तक पहुंचाना हो।
  - (3) जब हमें मनोरंजन करना हो (जैसे - फिल्म देखना, संगीत सुनना, रेडियो सुनना आदि)।
  - (4) जब हमें अपनी भावनाओं, विचारों को दूसरों की तुलना में श्रेष्ठ सिद्ध करना हो।
  - (5) जब हमें किसी को अपने विश्वास में लेना हो।
  - (6) जब हमें किसी से प्यार करना हो, घृणा करनी हो, किसी को समझाना हो या किसी पर क्रोध करना हो।
  - (7) जब हमें अपनी भावनाओं को ध्वनियों, शब्दों, चित्रों और संकेत के माध्यम से अधिक से अधिक लोगों तक पहुंचाना हो।
- संचार के बिना हमारे जीवन और समाज की कल्पना तक नहीं की जा सकती। हमारी गति-प्रगति का मूल आधार ही संचार है। संचार ने हमारे जीवन को बहुत ही सुविधाजनक और तेज बना दिया है। दुनिया ने हमें जहां परिवर्तन दिखाई देता है उस परिवर्तन का कारण संचार ही है।

### जनसंपर्क के विविध माध्यम

- (1) दूरदर्शन, (2) रेडियो, (3) फिल्में, (4) प्रकाशन विभाग, (5) क्षेत्रीय प्रचार निदेशालय, (6) विज्ञापन और दृश्य प्रचार निदेशालय, (7) प्रेस अनुभाग, (8) संगीत व नाटक, गीत अनुभाग (9) फोटो प्रभाग,

### समाचार-पत्र

सुबह बिस्तर छोड़ते ही आज का नागरिक एक कप चाय और समाचार पत्र की मांग करता है। वह चाय की चुस्की लेकर शारीरिक स्फूर्ति का अनुभव करता है तथा समाचार पत्रों के पृष्ठों पर आखें दौड़ाकर देश काल की घटनाओं, विचारों से वाकिफ होकर मानसिक रूप से वह अपने आप को तरोताजा अनुभव करता है। इस तरह समाचार पत्र आज की दुनिया में एक निहायत जरूरी चीज बन गया है।

समाचार पत्र में अग्रेजी न्यूज (छमू) के छण्णण्ण - ये चार अक्षर जुड़े हैं। जो क्रमशः उत्तर, पूर्व, पश्चिम तथा दक्षिण के प्रतीक हैं। अर्थात् समाचार पत्र वह है जिसमें चारों दिशाओं के समाचार होते हैं।

समाचार पत्र का जन्म ईटली के वेनिस नगर में 13 वीं शताब्दी में हुआ। इससे पूर्व लोगों में समाचार पत्र की परिकल्पना भी नहीं की। 17 वीं सदी में धीरे-धीरे अपनी उपयोगिता के कारण समाचार पत्र इंग्लैण्ड पहुंचा। फिर धीरे-धीरे सारे ससार में फैला।

भारत में सर्वप्रथम कोलकाता में इसका जन्म और विकास हुआ। 19 जनवरी 1780 ई. को 'बंगाल गजट' का 'कैलकटा जनरल एडवर्टाईजर' के प्रकाशन के साथ ही भारतीय पत्रकारिता का जन्म हुआ। 1857 ई. से पूर्व 'उदन्त मार्तण्ड', 'बंगदूत', 'प्रजामित्र' आदि हिन्दी समाचार पत्रों का प्रकाशन हो चुका था। धीरे-धीरे वैज्ञानिक आविष्कार बढ़ते गए, मुद्रण यंत्रों के विकास के साथ ही समाचार पत्रों का विकास होता गया।

### मोबाईल क्रांति

वर्तमान युग में मोबाईल फोन जीवन की आवश्यकता बन गया है। बाल-वृद्ध सभी के पास मोबाईल फोन दिखाई देता है। यह समय की माग है, तभी सभी व्यक्तियों को इसने अपने घेरे में ले लिया है। यह आज कल सबके लिए सस्ता और उपयोगी बन गया है। आधुनिक जीवन में बिना मोबाईल के सभ्य जीवन की कल्पना नहीं की जा सकती है। आज की सभ्यता का प्रथम चरण इस बेतार के यंत्र से ही प्रारम्भ होता है। इसने संसार की दूरी को बहुत कम कर दिया है। बातचीत की सुविधा घर से जेब में पहुँच गई है। घर-बाहर सभी समय यह इच्छित व्यक्ति से बात कराने में समर्थ है। चाहे कोई स्वजन चाहे देश में हो या विदेश में हर समय उससे मोबाईल के द्वारा सम्पर्क साधा जा सकता है। ये फोन विभिन्न प्रकार के मॉडल्स में उपलब्ध हैं इसमें अनेक क्रियाएँ सम्पन्न हो जाती हैं। यह सूचना को टेप कर लेता है, सन्देश एस.एम. एस. के द्वारा भेज सकता है, फोन भेजने वाले का नम्बर बता सकता है। वह इस समय कहा से बोल रहा है, यह जानकारी भी दे सकता है। फोटो खींच सकता है आदि। इतनी सारी क्रियाओं के सम्पादन के बदले हमें छोटी-सी कीमत देनी पड़ती है। मोबाईल कम्पनियों की प्रतिस्पर्धा के चलते ये फोन बहुत सस्ते हो गए हैं और इनसे बात कराना भी सस्ता हो गया है।

### विज्ञापन अभियान

पैसे खर्च कर किसी वस्तु या विचार की पब्लिसिटी करना विज्ञापन कहा जाता है। आमतौर पर हम व्यापारिक या सामाजिक सुधार वाले विज्ञापन क्रम दर क्रम देखने को मिलते हैं। यह उस रणनीति का हिस्सा होता है, जो हम एक निश्चित उद्देश्य के लिए सुधारों के साथ प्रस्तुत करते हैं। किसी भी विज्ञापन अभियान के सफल होने में मुख्य कारक ये होते हैं जो उसकी टारगेट और टारगेट ओडियेंस तक पहुँचाने में महत्वपूर्ण रोल अदा करते हैं।

1. प्लानिंग यानि रणनीति: इसमें बजट, टारगेट, टारगेट ओडियेंस, मार्केटिंग एरिया आदि का निर्धारण करते हैं।
2. सिलेक्सन ऑफ मीडिया अर्थात् माध्यम का चुनाव: हमें अपना विज्ञापन किस माध्यम के जरिये लोगों के बीच प्रस्तुत करें कि वह ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुँचे और ज्यादा से ज्यादा प्रभावी हो। मसलन हमारा विज्ञापन पढ़ों लिखे लोगों के लिए है तो हम टारगेट ओडियेंस के हिसाब से किसी ऐसे माध्यम जैसे टीवी, समाचार पत्र, इंटरनेट आदि जैसे माध्यम अपनाने की सोचेंगे, इसी तरह कम पढ़े लिखे लोगों के लिए रेडियो, टी.वी. जिसमें चित्रों के माध्यम से ज्यादा बताने की कोशिश की गई हो उसका चुनाव करेंगे।
3. इंप्रोवमेंट यानि सुधार: इस प्रक्रिया में हम अपने विज्ञापन के सुधार पर जोर देंगे। यानि हमारा विज्ञापन कितने दिन और कितने समय और चलाया जाय या न चलाया जाय। अगर हम टारगेट ओडियेंस तक नहीं पहुँच पा रहे हैं। तो क्या बदलाव या सुधार किया जाए कि हमें अपना टारगेट हासिल हो सके। माध्यम बदलना है या विज्ञापन में कुछ नया एड करना है आदि ऐसे कार्य विज्ञापन अभियान के इस चरण में पूरा किया जाता है।

4. फीडबैक यानि प्रतिपुष्टि: फीडबैक किसी भी विज्ञापन अभियान का वह अंग है जिसमें यह पता लगाया जाता है कि हमारा विज्ञापन कितना प्रभावी रहा है। हम कितने लोगों तक पहुँच पाए हैं, क्या हमने जिस माध्यम का चुनाव किया था वो सही था या गलत। हम टारगेट ऑडियंस तक पहुँच पाए या नहीं। एक तरह से हम कह सकते हैं कि यह अभियान की वह कड़ी है जिसमें हमें एक तो भविष्य की राह निकल कर सामने मिलती है दूसरी हमारे द्वारा की गई मेहनत यह अभियान या कार्य का ग्राफ दिखाकर हमें आइना दिखाता है कि आप इसमें कितने सफल/असफल हुए हैं।

### विज्ञापन के विविध माध्यम

जीवन के हर क्षेत्र में विज्ञापन कहीं न कहीं रूप से जुड़ा है, विज्ञापन अपने स्वरूप के अनुसार इच्छित ग्राहक वर्ग से जुड़े। इसके लिए किसी न किसी माध्यम की आवश्यकता पड़ती है। इन्हीं माध्यमों के जरिए विज्ञापनों को प्रचारित-प्रसारित किया जाता है। विज्ञापनकर्ता संदेशों को जनता या उपभोक्ताओं तक पहुँचाने के लिए अनेकों माध्यमों का प्रयोग करता है

### निष्कर्ष

जानकारी देना व लेना मानवीय स्वभाव का विशेष अंग है, मनुष्य की जिज्ञासु प्रकृति उसें मिलों दूर घटना के विषय में जानने को बाध्य करती है। भारतीय युवा किसान समाचार पत्र एवं सूचना के ज्ञान-विज्ञान के उन्नति ने सूचना, संचार माध्यमों की एक नवीन श्रृंखला प्रस्तुत की। जिससे टीवी, फिल्म, इंटरनेट, फैक्स आदि महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। अतः यह कहा जा सकता है कि मीडिया बाजार विज्ञापन और फिल्मी दुनिया समाचार पत्र के आइने में युवा भारतीय किसान अपना महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। वैश्वीकरण के दौर में प्रिन्ट व इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का महत्व युवाओं के लिए प्रतिदिन बढ़ रहा है। मीडिया लोक तंत्र के प्रहरी है और साथ ही साथ जनता तक अपनी आवाज पहुँचाने के लिए सक्त माध्यम भी है। हिन्दी भाषा धीरे-धीरे विज्ञापनी दुनिया और मीडिया के माध्यम से वैश्वीकृत रूप धारण कर रही है और अपने अंदाज में बाजार को लुभा रही है, पसंद आ रही है। आज किसी भी वस्तु, सेवा व विचार को आगे बढ़ाने के लिए मीडिया बाजार, विज्ञापन, फिल्म, समाचार पत्र का सहारा लिया जाता है।

### संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. गोयल, डॉ. कंचन, मीडिया और अनुवाद, अनंग प्रकाशन, दिल्ली, पृ. न. 10 से 11-12 ।
2. एम. ई. विश्वनाथ अय्यर, अनुवाद कला पृ. 26 ।
3. मौलिक विचार।
4. इंटरनेट संचार माध्यम।